

Aparência corporal, Feminilidade e Mídia: Diálogos entre a Psicologia e as Artes

Visuais

Andressa Alves de Sousa

Orientadora: Ana Flávia do Amaral Madureira

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar como a feminilidade e a corporeidade têm sido representadas na mídia na perspectiva de mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais e de diferentes idades. Foram realizadas entrevistas individuais semiestruturadas, com apresentação integrada de imagens previamente selecionadas, com três mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais e de diferentes idades, na faixa etária entre 20 e 50 anos. Os resultados indicaram uma convergência entre as participantes com relação à representação das mulheres e seus corpos nas mídias de forma objetificada, assim como a excessiva reprodução de discursos ancorados em padrões estéticos hegemônicos. Contudo, as participantes enfatizaram que está havendo mudanças nessa forma de representação, visto que há uma maior visibilidade de mulheres diversificadas. Além disso, as participantes evidenciaram que, atualmente, as mulheres, na sociedade brasileira, ainda são vistas, como inferiores e o homem como viril, forte e ativo. Não obstante, as representações das mulheres nas artes e nas mídias são, frequentemente, voltadas para o público do gênero masculino. Portanto, é possível perceber que a reprodução dos padrões estéticos hegemônicos gera sofrimento em diversas mulheres de diferentes pertencimentos étnico-raciais, ou seja, mulheres que pertencem a esse grupo hegemônico não estão isentas de sofrimento psíquico. Entretanto, em termos de vulnerabilidade, mulheres que estão fora desses padrões tendem a estar em uma situação de maior fragilidade.

Palavras-chave: pertencimento étnico-racial, mulheres, padrões estéticos hegemônicos, mídia.

Na atualidade, os padrões de beleza exigidos no universo feminino são difíceis de se alcançar. A vaidade tem levado muitas pessoas a colocarem suas vidas em risco, desenvolvendo transtornos, como os transtornos alimentares, anorexia, bulimia, entre outros. Além da “ditadura da magreza”, os corpos musculosos vêm ganhando grande visibilidade. Assim, esse processo acarreta sofrimento em diversas mulheres, pois, muitas não conseguem atingir a imagem corporal de acordo com os padrões de beleza culturais apenas com atividades físicas e alimentação (Freitas, Lima, Costa & Filho, 2010).

Nesse sentido, este artigo busca responder à seguinte questão que se configura como problema da presente pesquisa: Como as reproduções de padrões estéticos

hegemônicos nas mídias na contemporaneidade afetam mulheres de diferentes pertencimentos étnico-raciais?

A procura por cirurgias plásticas estéticas aumentou de forma significativa nos últimos anos, principalmente pelas adolescentes. Muitas mulheres fazem cirurgias precocemente com o intuito de serem valorizadas e não excluídas. Por outro lado, aquelas que se encontram na fase adulta, buscam se conservar jovens, fugindo do envelhecimento, fazendo uso de diversos cosméticos ou optando por cirurgias plásticas (Shmidt, Oliveira & Gallas, 2010).

Cada contexto cultural constrói sua imagem de corpo e essas imagens produzem maneiras próprias de ver e vivenciar o próprio corpo. Os autores Figueiredo, Nascimento e Rodrigues (2017) enfatizam que nas sociedades contemporâneas a corporeidade passou a ocupar um papel central, ou seja, as pessoas se preocupam, cada vez mais, com a performance e as aparências.

Entende-se que padrão é uma regra ou um modelo de algo. A beleza também tem suas regras e nunca deixou de se modificar. Dessa forma, o que era considerado bonito antigamente, hoje pode ser visto como feio. A ideia de beleza depende da cultura em que se vive, da idade, do gênero e da apreciação subjetiva de cada indivíduo. O ideal de beleza feminina e masculina está sujeito a mudanças constantes e seus critérios dependem de cada período histórico e de cada sociedade.

Ademais, as mídias, em geral, e em especial, as redes sociais, são exemplos de plataformas que expõe, a todo tempo, ideais de corpos, vestimentas, alimentação, entre outros. Diante disso, os meios de comunicação têm contribuído para a estigmatização e o preconceito contra quem não se enquadra nos padrões difundidos por eles mesmos, favorecendo ainda a baixa autoestima desses indivíduos e a segregação social (Flor, 2009).

Pretende-se analisar a percepção desses discursos de padrões de belezas hegemônicos através da perspectiva das mulheres, pois estas, há séculos, são mais cobradas a pertencerem e a seguirem determinados padrões, que se transformam dependendo da época. Esses discursos veiculados pela mídia podem contribuir para a construção das identidades de gênero das pessoas, por isso deve-se dar visibilidade para como essas representações de corpo “perfeito” afetam as mulheres.

Sendo assim, a identidade, segundo Woodward (2000), é relacional, e a diferença é estabelecida pela marcação simbólica em comparação a outras identidades, ou seja, são processos essenciais para a construção e manutenção das identidades. Nesse

sentido, a marcação simbólica é o meio que damos sentido às práticas e às relações sociais que definem quem é excluído e incluído, por exemplo (Woodward, 2000).

Assim, para Galinkin e Zauli (2011), os processos identitários constituem o reconhecimento das semelhanças e das diferenças entre os indivíduos e grupos sociais. Essas diferenças são estabelecidas por meio de sistemas classificatórios e esses sistemas dão ordem à vida social, assim como segundo Durkheim, através deles o significado é produzido (Woodward, 2000). Portanto, vale ressaltar que “cada cultura tem suas próprias e distintas formas de classificar o mundo” (Woodward, 2000, p. 41). Além do mais, segundo Woodward (2000), é a partir da construção de sistemas classificatórios que a cultura nos oferece meios para que possamos dar sentido ao mundo social e construir significados.

Desse modo, segundo Madureira (2016), as experiências humanas ocorrem sempre em contextos culturais, atravessados por crenças, valores e práticas consolidados historicamente que canalizam os processos de significação, assim como há o papel ativo das pessoas nesse processo. Sendo assim, as significações oriundas de sistemas de signos, desempenham o papel de orientação na relação para consigo e com os outros (Valsiner, 2012). Portanto, “orientando, de diferentes formas, o pensar, o sentir e o agir das pessoas” (Madureira, 2016, p. 59).

Esse aspecto se relaciona ao que Santa e Baroni (2014) enfatizam com respeito ao ser humano se relacionar com a realidade através dos conhecimentos produzidos pelas gerações que o antecederam, ou seja, mediado pelos instrumentos materiais e simbólicos presentes na cultura. Os autores ainda enfatizam que Vigotski estende essa noção de mediação ao uso de signos, como ferramentas que são criadas pelas sociedades, agindo como transformadores da realidade sociocultural. Sendo assim, a transmissão da cultura, “tanto no que se refere à esfera das ferramentas materiais, quanto aos elementos linguísticos e estético-culturais, representa o fator decisivo no desenvolvimento humano” (Santa & Baroni, 2014, p. 3).

Dessa forma, convém desenvolver análises acerca das características dos signos verbais e dos signos visuais, assim como suas relações dinâmicas e profundas na esfera dos processos de significação (Madureira, 2016). Palavras e imagens são artefatos culturais que canalizam, de diferentes formas, os processos de significação das experiências vivenciadas pelas pessoas (Madureira, 2016).

Imagens como ferramentas culturais

As pinturas, esculturas e estruturas arquitetônicas de outros períodos históricos, segundo Madureira (2016), podem fornecer contribuições, por exemplo, para “compreender a construção cultural do sentimento moderno de infância” (Ariés, 1981 citado por Madureira, 2016, p. 64). Assim como, segundo a autora, imagens pejorativas a respeito do corpo e da sexualidade das mulheres (Madureira, 2012 citada por Madureira, 2016) e significados culturais implícitos a várias pinturas (Madureira, 2016).

Dessa forma, Santaella (2012) argumenta que as representações visuais, como pinturas, fotografias, desenhos, entre outros, remetem às formas visuais que são produzidas pelo ser humano, isto é, signos que se propõe representar algo do mundo visível. Nesse sentido, é essencial, “educarmos o nosso olhar, no sentido de interpretarmos os significados culturais presentes nas entrelinhas das obras visuais produzidas por gerações anteriores” (Madureira, 2016, p. 69).

Dessa forma, de acordo com Parker (1991), o homem é caracterizado em termos de superioridade, força, virilidade, atividade, potencial para a violência e o “legítimo” uso da força. A mulher, por outro lado, socialmente é vista como inferior, sendo em todos os sentidos o mais fraco dos dois sexos, além de bela, desejável e sujeita à dominação do patriarca.

Com a tradição patriarcal, as atividades do homem eram voltadas para o mundo social público, como a economia e a política, enquanto as atividades da mulher eram direcionadas para o mundo doméstico da própria família (Parker, 1991). Sendo assim, esse padrão carrega um dualismo moral que resultou na “rígida diferenciação das esferas do “macho” e da “fêmea” dentro da família patriarcal” (Parker, 1991, p. 59).

Por outro lado, vale ressaltar que a segregação social e política a que as mulheres foram, historicamente, conduzidas tem como consequência a sua ampla invisibilidade produzida a partir de múltiplos discursos que caracterizaram a esfera do mundo doméstico, como o “verdadeiro” universo da mulher, sendo que já vinha sendo gradativamente rompida, por algumas mulheres (Louro, 1998). Vale ressaltar que era esperado, socialmente, que as mulheres brancas ficassem em casa, logo, foi uma conquista entrar no mercado profissional, entretanto, mulheres pobres e negras há séculos trabalham e muitas desde crianças.

Levando isso em consideração, de acordo com Madureira (2016) os significados culturais, que demarcam o que é esperado de homens e de mulheres, estão condensados

em sistemas de significações amplos, historicamente construídos. Nesse sentido, Zanello (2018) desenvolve reflexões críticas acerca do dispositivo amoroso e do dispositivo materno. Segundo a autora, o dispositivo amoroso diz respeito que o amor é algo identitário para as mulheres e sua autoestima é construída pela possibilidade de “ser escolhida” por um homem.

Desse modo, o dispositivo materno, tal como o amoroso, se refere a construções culturais desde o século XVIII, pela separação do universo público e privado, assim como pelo discurso ideológico do “instinto materno”, naturalizando nas mulheres a capacidade cuidar (Zanello, 2018). Entretanto, em relação aos homens há o dispositivo da eficácia que também foi construído historicamente, sendo que o mesmo é apoiado na ideia da virilidade sexual e laborativa, ou seja, sucesso, desempenho e valor pessoal relacionado ao trabalho que também foram importados para a vida sexual, e isso advém do capitalismo e do individualismo (Zanello, 2018).

Dessa forma, Madureira (2016) enfatiza que o uso de imagens, como ferramentas analíticas, pode ser útil na realização de análises críticas em relação às raízes históricas de significados culturais arcaicos sobre a feminilidade e a masculinidade, sendo que ainda há resquícios dessas raízes na contemporaneidade nas relações de gênero.

Sendo assim, investir no desenvolvimento de diálogos entre a psicologia e as artes visuais é uma maneira de incentivar a vivência de experiências estéticas, de modo a criar um campo favorável ao desenvolvimento da imaginação, fundamental em diversos âmbitos da vida (Madureira, 2016). A leitura de imagens, de acordo com Santaella (2018), ajudam a compreender o papel que esta desempenha quando ela se mistura a outras linguagens, sendo que a realidade é intermediada por linguagens e não temos um acesso direto. Logo, a imagem é um dos tipos de signos, assim “quanto maior é o nosso domínio dos diferentes tipos de linguagem, mais multifacetada é a nossa visão e compreensão da realidade” (Santaella, 2018, p. 212).

Representação do corpo feminino nas mídias

O ideal de beleza humana está sempre em constante mudança. De modo que, no século XVI, o corpo feminino considerado belo era um corpo com curvas e “carnudo”. A partir do século XIX, começa a se tornar belo os corpos mais delgados (Shmidt, Oliveira & Gallas, 2010). Dessa forma, no final do século XIX se iniciou a busca pelos

regimes, exercícios para emagrecer e criação dos mercados de beleza (Shmidt, Oliveira & Gallas, 2010).

Nesse sentido, segundo as autoras Suenaga, Lisboa, Silva e Paula (2012) no século XX houve o aumento da preocupação com os cuidados com a pele e inovações na cultura da beleza. Assim, mulheres eram cobradas a terem corpos malhados, seguir dietas, usar maquiagem ao tom da moda, mascarar os fios brancos nos cabelos, pelos depilados, entre outras obrigações com o intuito de atingir esse ideal de beleza (Kury, Hangreaves & Valença, 2000 citado por Suenaga, Lisboa, Silva e Paula, 2012).

Consequentemente, no século XXI segundo Vigarello (2006 citado por Suenaga, Lisboa, Silva & Paula, 2012), o corpo se tornou objeto de consumo. Desse modo, “o consumo acompanha o embelezamento, as vendas de cosméticos aumentaram entre 2000 e 2001, o número de salões de beleza multiplicou e as operações de cirurgia plástica estética obtiveram uma progressão anual altíssima” (Vigarello, 2006 citado por Suenaga, Lisboa, Silva & Paula, 2012, p. 8).

Dessa forma, segundo Mauss (1968, citado por Novaes, 2013), o corpo não é algo restrito ao biológico, apresenta uma dimensão social e cultural. O autor ainda enfatiza que gestos, atividades consideradas banais e sentimentos estão interligados e são configurados pelo campo social, chamando atenção para sua dimensão simbólica. Desse modo, o corpo não pode escapar da ordem de significações, ou seja, o corpo é, necessariamente, parte do simbólico (Novaes, 2013).

Nesse sentido, segundo Novaes (2011), “o corpo é também capital”. Isto é, esses signos condensados na figura do belo corpo, traduzem valores da cultura da sociedade de consumo (Novaes, 2011). Dessa forma, para Barthes (1982 citado por Suenaga, Lisboa, Silva & Paula, 2012), a imagem corporal deve ser compreendida como decorrente da influência que o ambiente exerce sobre o sujeito, em um processo em que as representações corporais estão em constante transformação.

É possível analisar como, desde séculos passados, a representação das mulheres nas artes é voltada para o público alvo, ou seja, do gênero masculino. Para John Berger (1980), a representação das mulheres na arte ocidental demonstra uma imagem feminina de passividade e de submissão a um olhar masculino, isto é, do artista e do espectador preferencial.

Dessa forma, esse modo de representação ainda é evidente na contemporaneidade. No final do século XX, o olhar, segundo Loponte (2002), se apresenta habituado com os corpos femininos que vendem produtos e modos de ser.

Sendo assim, a produção midiática atua como “pedagogia cultural” de gênero, tendo em vista que produzem valores, regulam condutas e disseminam modos de ser mulher e homem (Sabat, 2001).

A beleza é representada como um dever cultural para as mulheres. As imagens das mulheres refletem corpos trabalhados, sexuados, respondendo sempre ao desejo do outro, ou corpos medicalizados, lutando contra cansaço, envelhecimento etc. (Novaes & Vilhena, 2003). Dessa forma, levando em consideração o que as autoras Novaes e Vilhena (2003) afirmam, o temor contemporâneo com relação a beleza tem a ver com o fato de declarar, constantemente, que a mulher pode ser bela se ela quiser.

Sendo assim, o mercado de beleza transforma a possibilidade de beleza em uma facilidade, uma questão de escolha e vontade, ou seja, a beleza se tornou um dever moral (Novaes & Vilhena, 2003). “Enquanto nos séculos passados podíamos culpar a natureza, na contemporaneidade a negligência é a responsável e a culpa é individual” (Novaes & Vilhena, 2003, p. 25). Nesse sentido, torna a mulher aprisionada e sempre a serviço de seu próprio corpo, para modificar e/ou muitas vezes mutilar, pois não importa o preço a ser pago (Novaes & Vilhena, 2003, p. 25).

Este estudo tem como **objetivo geral**: analisar como a feminilidade e a corporeidade têm sido representadas na mídia na perspectiva de mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais e de diferentes idades, a partir de diálogos interdisciplinares entre a psicologia e o campo das artes visuais.

Objetivos específicos:

- Analisar se os processos midiáticos afetam a percepção de mulheres acerca de seu próprio corpo, a partir da perspectiva das participantes.
- Investigar se a representação feminina nas artes clássicas e contemporâneas influenciam na percepção das participantes em relação aos seus próprios corpos.
- Analisar possíveis implicações dos padrões estéticos hegemônicos no que diz respeito ao corpo feminino, a partir do olhar das participantes.

Método

Esta pesquisa é de caráter qualitativo. Segundo Madureira e Branco (2001), a epistemologia qualitativa, desenvolvida por González Rey, relaciona-se à compreensão da realidade em sua complexidade e não como algo simples e que possa ser descrito com base em leis universais. Além do mais, tal proposta considera seriamente o papel

da cultura no desenvolvimento humano (Madureira & Branco, 2001). Desse modo, a pesquisa qualitativa desenvolve análises aprofundadas acerca do universo de significados, crenças, valores, atitudes, o que corresponde a espaços mais profundos das relações humanas, sociais cotidianas (Minayo, 2002).

Desse modo, este estudo utiliza como técnica a entrevista semiestruturada, ou seja, segundo Minayo (2002), tal modalidade de entrevista pressupõe perguntas previamente formuladas e mais ou menos dirigidas. Desse modo, a entrevista é entendida, de acordo com Minayo (2002), como uma conversa a dois, com propósitos bem definidos.

Ademais, foram utilizadas imagens. Dessa forma, as imagens enquanto ferramentas metodológicas podem ser utilizadas quando é abordado temas polêmicos de serem observados somente com perguntas diretas, fazendo ligações indiretas ou implícitas com o objeto de estudo em foco (Madureira, 2016). Portanto, é possível analisar os significados atribuídos pelos (as) participantes, assim como os sentimentos que foram mobilizados pelas imagens apresentadas e os motivos de se identificar ou não com as imagens (Madureira, 2016).

Participantes

Foram selecionadas três mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais, como pardas e brancas, e de diferentes idades, na faixa etária entre 20 e 50 anos.

De forma específica, foram criados nomes fictícios, sendo que, Mariana corresponde à participante de 20 anos que se define como parda, Lorena refere-se à participante de 40 anos que se define como branca e, por fim, Nicole diz respeito à participante de 24 anos que se define também como parda.

Materiais e instrumentos:

Para a realização da entrevista foram utilizados os seguintes materiais: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) impresso, um celular para a pesquisadora gravar a entrevista, com o consentimento das participantes, e caneta. Os instrumentos utilizados foram: roteiro da entrevista semiestruturada e seis imagens pré-selecionadas impressas.

Procedimento de construção de informações

A presente pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Brasília (CEP UniCEUB). Após o parecer favorável, as participantes foram selecionadas por meio de mensagens, via WhatsApp, sendo que, as participantes fazem parte da rede social da pesquisadora. Dessa forma, as entrevistas semiestruturadas foram realizadas individualmente e ocorreram na Biblioteca do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Desse modo, antes de iniciar a entrevista foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido-TCLE, de acordo com o modelo disponibilizado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do UniCEUB (CEP UniCEUB), assim como foi esclarecido que a identidade pessoal das participantes será mantida em sigilo e que era necessário gravar a entrevista para, posteriormente, realizar a transcrição.

Além disso, foi enfatizado pela pesquisadora que não existia respostas consideradas certas e erradas. Portanto, após a leitura e assinatura do TCLE em duas vias, iniciava-se a entrevista. Assim, o roteiro de perguntas permaneceu com a pesquisadora e as imagens foram apresentadas para as participantes somente após a finalização das 14 primeiras perguntas.

Procedimentos e análise

Após a realização das entrevistas, elas foram transcritas e os nomes das participantes foram substituídos por nomes fictícios, como mencionado anteriormente. Sendo assim, após a realização das entrevistas, as mesmas foram interpretadas a partir de categorias analíticas temáticas que foram construídas pela autora, juntamente com a professora orientadora da pesquisa.

Dessa forma, trabalhar com categorias significa agrupar elementos, ideais ou expressões em torno de um conceito (Gomes, 2002). Nesta pesquisa, a análise de conteúdo busca o que está por trás dos conteúdos manifestados, indo além das aparências do que está sendo comunicado. Sendo assim, a análise de conteúdo temática, de acordo com Gomes (2002), compreende o tema enquanto unidade de significação que compõe núcleos de sentido presentes.

Nesse sentido, as categorias analíticas temáticas construídas foram: (a) Feminilidade, corporeidade e mídia a partir do “olhar” das participantes; (b) Questões de gênero na sociedade brasileira em discussão; e (c) Padrões estéticos hegemônicos, aparência corporal e sofrimento psíquico.

Resultados e Discussão

Nessa seção serão apresentados e discutidos os resultados mais significativos a partir da fundamentação teórica apresentada e dos objetivos da pesquisa, de acordo com as categorias analíticas temáticas mencionadas anteriormente.

Feminilidade, corporeidade e mídia a partir do “olhar” das participantes

Atualmente, o corpo deixa de ser pensado na sua complexidade passando a ser visto como objeto, como, por exemplo, a representação do corpo feminino como propriedade dos homens, de consumo, de prazer, entre outros (Novaes, 2011). Nesse sentido, segundo Russo (2005), as mídias em geral, reproduzem representações visuais de mulheres com curvas delineadas vendendo carros, eletrodomésticos, tênis, instituindo, assim, os padrões estéticos hegemônicos, ou seja, até mesmo, de forma subliminar. Isto faz com que pessoas se tornem escravas de um ideal, “ressaltando o narcisismo e impondo para si mesmas uma disciplina extremamente severa, por vezes dolorosa” (Russo, 2005, p. 82). Levando isso em consideração, foi observado que houve convergência entre as três participantes com relação a objetificação da representação do corpo feminino nas mídias.

Por outro lado, as participantes também apontaram que estão ocorrendo mudanças nessa forma de representação pela maior visibilidade de mulheres diversificadas. Assim como, por estarem ocupando diversos espaços, em termos econômicos e políticos, os quais anteriormente eram ocupados apenas por homens. Com base nisso, cabe mencionar o que Nicole pontuou sobre sua percepção com relação a essa temática:

(...) é, como por exemplo as propagandas de cervejas que não existem tantas mais né, mas só para exemplificar como as mulheres ainda são objetificadas, tratadas como um objeto inanimado e a serviço né, de alguém, seja um homem ou seja enfim (...) a representação da mulher está ganhando outras formas justamente, porque é... essa representação de raça tá se tornando cada vez mais diversa e de entender que não há uma mulher universal (...).

Dessa forma, apesar das participantes observarem mudanças na forma de representação da feminilidade e do corpo nas mídias, ainda é bastante evidente a forma sexualizada e objetificada nas representações. Portanto, ainda é muito propagado pelas mídias o que Novaes (2011) aponta com relação ao corpo ideal ser aquele que é visto

como um objeto de consumo, de prazer. Com isso, o corpo é também capital, “se adquirir status a partir das insígnias que carrega” (Novaes, 2011). Sendo assim, seu status está na sua jovialidade, beleza, aparência de felicidade, atração sexual, entre outros (Novaes, 2011). Dessa forma, a mídia encontrou nesse “corpo perfeito”, discursos para divulgação dos produtos e serviços de beleza, como, por exemplo, os cosméticos, moderadores de apetite, cirurgias plásticas, clínicas estéticas, entre outros (Garrini, 2007). Nesse sentido, Nicole em sua fala afirma que:

(...) a gente tem o machismo né... machistas para nos mostrar enquanto ainda tem que performar a feminilidade de ser linda, bonita o tempo inteiro, sempre muito bem arrumada, perfumada e pronta para acolher e submissão ao homem. Esses valores mudaram, mas não totalmente (...)

Diante disso, segundo Santaella (2004), os corpos nas mídias, por exemplo, devem alcançar o ideal almejado, todas as imperfeições, inclusive as marcas da velhice como cabelos brancos e rugas. Logo, a feiura, socialmente está ligada à gordura e ao envelhecimento, sendo a maior forma de exclusão socialmente validada (Novaes, 2011). Com isso, esse olhar preciso sobre a aparência e com o reconhecimento da ciência, contribui para determinar padrões estéticos, em relação ao que é ou não “adequado”, “próprio” e “normal” (Novaes, 2013).

Nesse sentido, é possível observar resquícios dessa difusão de um padrão estético na fala da participante Mariana, quando relata que: “(...) igual minha avó tem 86 e olho para ela e falo assim: cara eu quero envelhecer que nem ela, porque você olha para ela e você nunca fala que ela tem 86 anos (...)”. Dessa forma, é possível analisar que a participante apresenta esse discurso de quanto mais jovem a mulher aparentar ser, mais aceita e mais perto está desse ideal socialmente almejado.

Questões de gênero na sociedade brasileira em discussão

É possível analisar, a partir dos relatos das participantes, o que Parker (1991) enfatiza com relação ao patriarcado, ou seja, o que era socialmente esperado de homens e mulheres na sociedade brasileira ainda está presente na atualidade. Nesse liame de raciocínio, cabe trazer para a discussão o discurso da participante Mariana:

(...) Mas, a gente, a sociedade né, espera muito do papel da mulher daquela pessoa frágil, o homem sempre como o viril, forte que vai proteger de tudo e... sempre essa questão “o homem está ajudando a limpar a casa”, tá ajudando a

mulher a limpar a casa, porque ele não “está limpando a casa dele”? Porque ele não “tá cuidando do filho dele”? Porque quando a mulher sai para fazer um trabalho e deixa o filho com o pai é crucificada ao extremo e o homem tipo, tudo bem (...).

Dessa forma, relacionando com a discussão desenvolvida por Parker (1991), pode-se analisar a forma que o homem é caracterizado, isto é, forte, viril e ativo, e por outro lado, a mulher vista socialmente como inferior. Logo, estamos falando de estereótipos de gênero, o qual tem relações com o preconceito. Além do mais, é possível perceber essa rígida diferenciação das esferas do “macho” e da “fêmea” dentro da família (Paker, 1991). Portanto, segundo Scott (1995), o surgimento do termo “gênero”, sendo uma categoria analítica, possibilitou a concepção de novas noções de feminilidade, masculinidade e corporeidade, rompendo com o determinismo biológico.

Nesse sentido, cabe trazer reflexões da autora Zanello (2018) em relação ao dispositivo materno, em que apesar de cuidar ser uma capacidade humana, historicamente foi relacionado às mulheres, ou seja, mesmo que uma mulher não tenha filhos, será demandado para ela, culturalmente, a ser cuidadora, a se doar pelos outros. Sendo assim, o sentimento de pertencimento a um dado gênero é construído a partir de crenças, valores, práticas, entre outros, que delimitam de forma rígida ou flexível as fronteiras simbólicas entre a feminilidade e a masculinidade (Madureira, 2012 citada por Madureira, 2016). Assim como podemos observar na fala da participante Lorena:

(...) Então o que se espera da sociedade é que a mulher seja dona de casa, que o homem seja o provedor, que a mulher esteja em casa cuidando dos filhos e cuidando da casa. Quando elas saem para trabalhar e o marido às vezes fica em casa, quando invertem os papéis são mal vistos pela sociedade (...).

Além do mais, assim como em séculos passados, de acordo com Berger (1980) as representações visuais das mulheres nas artes visuais, e atualmente nas mídias, são, frequentemente, voltadas para o público alvo, ou seja, o gênero masculino. Dessa forma, esse modo de associação do corpo feminino voltado para o desejo masculino, por exemplo, contribui para práticas de agressão às mulheres, como a limitação na sua liberdade de movimento assim como, vendidas como produtos sedutores (Schmidt, 2009). Nicole frente à exposição da imagem de uma propaganda de cerveja, uma das imagens apresentadas às participantes, relatou:

(...) esse padrão e essa mulher objetificada é totalmente é... pertencida e fabricada, produzida por uma sociedade machista. Por homens que ditam o que que é bonito, o que que é desejável e o que que é objetificável ou não, o que que pode ser consumido ou não (...).

Dessa forma, assim como Cruz (2008) afirma, os modos de representação do feminino nessas propagandas e nas mídias em geral reforçam, frequentemente, os valores dominantes e tradicionais sobre as mulheres, constituindo uma forma de violência simbólica de gênero contra as mulheres dentro da sociedade brasileira contemporânea. Assim, Almeida (2014) enfatiza que estudos feministas sobre a violência de gênero compreendem que a violência contra a mulher tem como pilares o patriarcado, a posição de dominação simbólica masculina.

Outro aspecto relevante para trazer para a discussão, é o que Madureira (2016) enfatiza em relação ao uso de imagens como ferramentas analíticas para realizar análises críticas em relação às raízes históricas sobre a feminilidade e a masculinidade. Sendo assim, refletir sobre a importância de educarmos nosso olhar para interpretarmos os significados culturais presentes nas “entrelinhas” das imagens (Madureira, 2016). Nesse sentido, Nicole, no decorrer da entrevista relatou:

(...) e eu acho maravilhoso olhar aqui para essa imagem e poder falar disso, porque eu me dei conta de coisas que eu não tinha me dado conta antes. O quanto que é... eu valorizar uma em detrimento da outra e isso mostra o quanto que o machismo ainda perpassa em mim, né (...)

Nesse sentido, Valsiner (2012) enfatiza que um indivíduo ao olhar para uma imagem e dizer que gosta, ele está envolvido em um ato de regulação semiótica intrapsicológica de seus sentimentos, o que é possível observar no decorrer das entrevistas, à medida em que cada participante traz em seus discursos seu envolvimento com suas experiências no mundo, como o sentir e o pensar, por exemplo. Dessa forma, as experiências humanas sempre ocorrem em contextos culturais atravessados por crenças, valores e práticas enraizadas historicamente, que canalizam os processos de significação (Madureira, 2016).

Padrões estéticos hegemônicos, aparência corporal e sofrimento psíquico

Levando em consideração os padrões estéticos hegemônicos presentes na mídia, principalmente com relação às mulheres brancas, altas, magras e loiras, esses padrões

trazem impactos negativos para mulheres que se desviam desses estereótipos. Isto pode ser notado a partir do discurso de Nicole ao se deparar com a quarta imagem, em que há a representação de uma mulher magra, branca e loira em frente a um espelho se olhando e ao lado outra imagem em que há a representação de uma mulher gorda e parda em frente a uma parede. A participante relatou:

(...) uma tá se olhando no espelho e tem reflexo né, e a outra tá olhando para a parede e não tem nenhum reflexo... o que me causa disso é que... justamente isso, a falta de representatividade de um reflexo que a mulher negra, mulher parda possa ter nas mídias, em outros lugares virtuais (...) ela é representativa, hegemônica né (...) e a outra ainda procurando esse processo de auto aceitação (...).

Dessa forma, pode-se perceber algumas implicações dessa falta de representatividade da diversidade feminina na mídia, pois segundo Loponte (2002), o corpo que está presente nas capas de revistas, por exemplo, são, na maioria dos casos, os corpos idealizados que ditam regras para alcançar esse “ideal”. Sendo assim, segundo Novaes e Vilhena (2003), ainda está presente na sociedade contemporânea a intolerância em relação aos desvios dos padrões estéticos hegemônicos. Desse modo, segundo Novaes (2011), a cirurgia plástica é um meio em que se torna possível disfarçar um traço visto como estigmatizante, a medida em que o sujeito se sinta reintegrado socialmente a grupo sociais que são significativos para a pessoa. Nesse sentido, Nicole ainda relata com relação a imagem que:

Machuca porque eu passo. Tenho passado por esses processos, né. Talvez eu esteja projetando uma coisa muito interna nessa foto, mas que é real, é legítimo o que a gente sente diante desses desconfortos e eu acho muito bom trazer imagens que fazem a gente evocar isso. Eu me sinto nesse local de desconforto mesmo, de não pertencimento, de tá sempre procurando reflexo, onde eu devo olhar. Porque eu olho para isso daqui e não me vejo (...).

Além disso, mulheres desde pequenas são ensinadas sobre o que é considerado bonito e desejável socialmente. Dessa forma, esses ensinamentos e a propagação desses estereótipos de gênero pela mídia, contribui para a estigmatização e preconceito com quem não se enquadra nesses padrões, o que favorece a baixa autoestima (Flor, 2009). Nesse sentido, cabe discorrer outra fala de Nicole, em que a participante relata:

(...) fui socializada a aprender a apreciar a estética branca, cabelo liso, os olhos claros, a pele clara, os traços finos. Então o que eu aprendi como beleza é o padrão branco (...). Por mais que eu é me veja em outros locais e me veja representada de outra forma que não seja a estética branca em outros locais, eu ainda sinto que é...eu sou demandada né... pressionada a estar dentro dessa estética né.

Sendo assim, pensar nas diversas possibilidades de belezas é romper com padrões pré-estabelecidos e consolidados há anos (Silva, 2020). De acordo com Silva (2020), há uma estranheza da sociedade brasileira ao se referir sobre a estética não-branca, em especial a negra, em razão do reconhecimento de um único padrão de beleza, sendo o branco/europeu, oriundo do racismo construído historicamente que ainda reverbera no Brasil.

Dessa forma, a partir do relato apresentado anteriormente, cabe ainda refletir acerca do que Silva (2020) aponta com relação ao que cada geração de pessoas negras, são ensinadas a não gostarem de si mesmas, de suas histórias e negar suas ancestralidades e identidades. Sendo assim, a participante Nicole ainda aponta que:

(...) Então eu me vejo mais representada porque eu vejo mais mulheres parecidas na mídia comigo do que a 10 anos atrás, tanto no Instagram como... na TV nem tanto. A televisão para mim ainda é embranquecida, mas o Instagram, o Facebook, Youtube são pessoas muito mais parecidas comigo né, pessoas do real (...).

Nesse sentido, vale ressaltar que quanto maior a nossa compreensão de diferentes tipos de linguagem, mais complexa é a nossa visão e percepção da realidade (Santaella, 2018). Diante disso, podemos refletir com relação aos modos de representações visuais nas novelas em que há a predominância de pessoas brancas. Assim como pode ser exemplificado pela fala da participante Mariana, quando diz: *“(...) o protagonista é aquele mocinho, ou mocinha, são sempre pessoas brancas, de cabelo liso e olho claro (...) sempre o moreno aparece como um subfator (...) não tem nada de especial, não foi nada pensado “em mim” e tal (...)”*.

Sendo assim, quando há uma representatividade negra, a mesma tem como foco o período da escravidão, além de serem retratados como sujos, feios e submissos (Silva, 2020). Entretanto, de acordo com Silva (2020), as redes sociais têm possibilitado o

surgimento da criação e articulação de pessoas negras acerca de temas ignorados pela mídia tradicional. Por outro lado, mulheres que pertencem a esse grupo hegemônico, não estão isentas de sofrimento psíquico. Dessa forma, Lorena, que se define como branca e de classe média alta, em uma de suas falas ao ser questionada sobre sua percepção com relação à representação do seu pertencimento étnico racial nas mídias, relatou:

Como patricinha, fútil, como assim como já fui retratada muitas vezes. Que eu não tinha conteúdo, eu era burra, já ouvi isso muitas vezes. Então eu tinha que me destacar de alguma forma (...), mas eu tive muito forte, muito firmemente mostrar que a minha intelectualidade estava acima dos meus, do meu estereótipo (...).

Desse modo, é possível perceber que a sociedade espera que a mulher esteja sempre bonita, bem vestida, assim como possuir um corpo escultural, de acordo com o padrão estético hegemônico. Sendo assim, não é atribuída muita relevância para intelectualidade, por exemplo. Nesse sentido, é possível trazer para reflexão a crítica que Borges (2005) realiza com relação ao que Kant afirma em uma de suas obras, que a mulher poderia ter inteligência, entretanto, ela despertaria apenas o respeito do homem, mas não seu amor.

Nesse sentido, Borges (2005) ainda enfatiza que, em livros de autoajuda voltados para o público feminino, há discursos em que as mulheres devem reaprender a passividade e a feminilidade “perdida”. Isto é, as mulheres que expressam atitudes que não correspondem ao que é esperado socialmente do gênero feminino, como audaciosas e intimidadoras, podem ter sucesso profissional, mas não em relações afetivas, principalmente heterossexuais (Borges, 2005). Nesse sentido, a feminilidade está sendo entendida como uma postura “passiva na abordagem ao sexo oposto” (Borges, 2005).

Sendo assim, Zanello (2018) cria uma metáfora chamada “prateleira do amor”, a qual compreende que essa prateleira é regida por um ideal estético marcado pelas características de ser branco, loura, jovem e magro. Dessa forma, quanto mais distante desses ideais, maior será o impacto sobre a autoestima e maior será a chance da mulher se sentir “encalhada” (Zanello, 2018). Sendo assim, Zanello (2018) ainda enfatiza que o amor é algo identitário para a mulher e sua autoestima é validada e construída pela possibilidade de “ser escolhida” por um homem.

Nessa perspectiva, a participante Nicole ao se deparar com a imagem em que há um quadro na parede com a representação de uma mulher branca e duas mulheres

negras sentadas abaixo com um pano branco na cabeça, ela diz: “(...) *esse é o corpo irreal é hipervalorizado pela posição que ele tá (...) E essas mulheres estão a baixo, como se elas não tivessem importância né. Então para mim representa essa distância, né (...)*”. Desse modo, podemos refletir acerca do que Zanello (2018) enfatiza, que mulheres negras são mais afetadas no dispositivo amoroso por estarem distantes dos ideais estéticos.

Dessa forma, podemos perceber, que segundo Novaes e Vilhena (2003), as imagens das mulheres refletem corpos trabalhados, sexualizados e respondendo ao desejo do outro. Sendo assim, Novaes (2011) ainda enfatiza que, em uma sociedade imagética, em que o sujeito é definido por sua aparência, não há como desconsiderar o sofrimento psíquico decorrente de todas as regulações sociais que incidem sobre o corpo, especialmente o feminino.

Dessa forma, é possível observar que a reprodução dos padrões estéticos hegemônicos gera sofrimento em diversas mulheres que apresentam diferentes pertencimentos étnico-raciais, isto é, não significa dizer que as mulheres que se encontram dentro desses padrões, não sofram impactos negativos. Entretanto, em termos de vulnerabilidade, mulheres que estão fora desses padrões tendem a estar em uma situação de maior fragilidade.

Considerações Finais

Tendo em vista o objetivo geral da pesquisa, o qual consistiu em analisar como a feminilidade e a corporeidade têm sido representadas na mídia na perspectiva de mulheres com diferentes pertencimentos étnico-raciais e de diferentes idades, constatou-se, a partir da pesquisa bibliográfica e da pesquisa em campo realizada, que na atualidade os padrões de beleza feminino são difíceis de se alcançar. Além disso, não condizem com a maioria da população brasileira, o que contribui para a estigmatização e preconceito. Assim como leva milhões de mulheres a colocarem suas vidas em risco para alcançar esse ideal estético.

Ademais, ainda é muito evidente na contemporaneidade resquícios de significados culturais arcaicos sobre a feminilidade e a masculinidade. Diante disso, essa pesquisa permitiu ampliar a discussão e a reflexão crítica acerca das mulheres serem demandadas a alcançarem determinados padrões estéticos hegemônicos que foram sendo modificados ao longo dos séculos, assim como o fato do corpo se tornar objeto de consumo e a beleza um dever moral na contemporaneidade. Dessa forma, de

acordo com Novaes (2011), o corpo é capital e traduz uma posição de status dentro da sociedade, portanto, deve ser objeto de estudo constante.

Nesse sentido, essa pesquisa aponta para as consequências das reproduções de padrões estéticos hegemônicos no cotidiano, além da reprodução de discursos que dizem respeito ao que é esperado, socialmente, de homens e mulheres nas relações de gênero, como resquícios do patriarcado. Sendo assim, é bastante evidente a partir dos resultados obtidos, o sofrimento psíquico de mulheres como decorrentes dessas reproduções.

Desse modo, foi possível perceber o que Madureira (2016) enfatiza com relação às experiências humanas ocorrerem em contextos culturais, atravessados por crenças, valores e práticas. Logo, cada participante em seus discursos apresentou aspectos que foram consolidados historicamente, os quais canalizam os processos de significação.

As contribuições sociais e científicas que os resultados da pesquisa apresentaram poderá munir, de forma considerável, os profissionais da área de Psicologia e de outros campos da saúde. É importante que o psicólogo(a) compreenda o indivíduo lembrando que esse sujeito está inserido em uma cultura e vive em determinado momento histórico, assim como tendo em vista a influência da mídia atualmente.

Por outro lado, recomenda-se para as futuras pesquisas maior diversidade entre as participantes, em termos de pertencimento étnico racial, para a análise de diversas percepções sobre a temática em foco. Ademais, o presente artigo serve como base para o desenvolvimento de futuras pesquisas empíricas sobre o tema.

Diante de tudo que foi problematizado, cabe levantar reflexões acerca da nossa atuação, como sujeitos ativos, inseridos em uma sociedade e dentro de uma determinada cultura e tempo. Em que medida nós estamos contribuindo para a desnaturalização das reproduções de padrões estéticos hegemônicos que são inalcançáveis, possibilitando novas concepções de beleza que sejam inclusivas, assim como para a desnaturalização das desigualdades e relações de poder?

Referências

- Almeida, T. M. C. (2014). Corpo feminino e violência de gênero: fenômeno persistente e atualizado em escala mundial. *Revista Sociedade e Estado*, 29(2), 329-340.
Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922014000200002
- Berger, J. (1980). *Modos de ver*. São Paulo: Martins Fontes.

- Borges, M., L. (2005). Gênero e desejo: a inteligência estraga a mulher? *Estudos feministas*, 13(3), 667-676. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2005000300012/7721>
- Cruz, S., U (2008). *A representação da mulher na mídia: Um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja*. Faculdade de comunicação/ UFBA, Salvador, BH. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14477.pdf>
- Figueiredo, D. C., Nascimento, F. S. & Rodrigues, M. E. (2007). Discurso, culto ao corpo e identidade: representações do corpo feminino em revistas brasileiras. *Linguagem em discurso*, 17(1), 67-87. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322017000100067&lng=en&nrm=iso&tlng=pt
- Flor, G. (2009). Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza. *Ver. Estud. Comum*, 10(23), 267-274. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22317/21415>
- Freitas, C. M. S. M., Lima, R. B., Costa, A. S. & Filho, A. L. (2010). O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC. *Rev. Bras. Educ. Fís. Esporte*, São Paulo, 24(3), 389-404. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-55092010000300010&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt
- Galinkin, A. L. & Zauli, A. (2011). Identidade social e alteridade. Em C. V. Torres & E. R Neiva (Orgs.), *Psicologia Social: principais temas e vertentes* (pp. 253-261). Porto Alegre: Artmed.
- Garrini, S. P. F. (2007). Do corpo desmedido ao corpo ultramedido: reflexões sobre o corpo feminino e suas significações na mídia impressa. *Congresso Nacional de História da Mídia* (5). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0037-1.pdf>
- Gomes, R. (2002). Análise de dados em pesquisa qualitativa. Em M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 67-79). Petrópolis – RJ: Vozes.
- Loponte, L. G. (2002). Sexualidade, artes visuais e poder: pedagogias visuais do feminino. *Estudos Feministas*, 10(2), 283-300. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2002000200002&lng=en&nrm=iso&tlng=pt
- Louro, G. L. (1998). *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis: Vozes.
- Madureira, A. F. A. (2016). Diálogos entre a Psicologia e as Artes Visuais: as Imagens enquanto Artefatos Culturais. Em J. L. Freitas & E. P. Flores (Orgs.), *Arte e Psicologia: Fundamentos e Práticas* (pp. 57-82). Curitiba: Juruá.
- Madureira, A. F. A. & Branco, A. U. (2001). A pesquisa qualitativa em psicologia do desenvolvimento: questões epistemológicas e implicações metodológicas. *Temas em Psicologia*, 9(1), 63-75. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v9n1/v9n1a07.pdf>
- Minayo, M. C. S. (2002). Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. Em M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (pp. 9-29). Petrópolis – RJ: Vozes.
- Novaes, J. V. (2011). Beleza e feiúra: corpo feminino e regulação social. Em M. Del Priore & M. Amantino (Orgs.), *História do Corpo no Brasil* (pp. 477-506). São Paulo: Unesp.

- Novaes, J. V. (2013). *O intolerável peso da feiúra: sobre as mulheres e seus corpos*. Rio de Janeiro: PUC-Rio e Garamond.
- Novaes, J. V. & Vilhena, J. (2003). De cinderela a moura torta: sobre a relação mulher, beleza e feiúra. *Interações*, 8(15), 9-36. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-29072003000100002
- Parker, R. (1991). *Corpos, prazeres e paixões: a cultura sexual no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Best Seller.
- Russo, R. (2005). Imagem corporal: construção através da cultura do belo. *Movimento e Percepção*, 5(6), 1679-8678.
- Sabat, R. (2001). Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. *Estudos Feministas*, 9(1), 9-21. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2001000100002/8891>
- Santa, F. D. & Baroni, V. (2014). As raízes marxistas do pensamento de Vigotski: contribuições teóricas para a psicologia histórico-cultural. *Kínesis*, 6(12), 1-16.
- Santaella, L. (2004). *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus.
- Santaella, L. (2012). *Leitura de imagens*. São Paulo: Melhoramentos.
- Santaella, L. (2018). Arte, ciência e educação: diálogos possíveis [entrevista]. *Em Aberto*, 31(103), 207-214.
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, 20(2), 71-99. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71721/40667>
- Schmidt, S. P. (2009). Cravo, canela, bala e favela. *Estudo Feministas*, 17 (3), 799-817. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2009000300010/12129>
- Shmidt, A., Oliveira, C. & Galas, J. C. (2010). *O mercado da beleza e suas consequências*. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Alexandra%20Shmidt%20e%20Claudete%20Oliveira.pdf>
- Silva, D., P. (2020). Beleza Abayomi: Experiência Pedagógica envolvendo estética e identidade. *Arte de educar*, 6(1), 395-405. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/riae/article/view/47643/32188>
- Suenaga, C., Lisboa, D. C., Silva, M. S. & Paula, V. B. (2012). Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética. (Trabalho de conclusão de curso). Universidade do Vale do Itajaí, Florianópolis, SC. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila%20Suenaga,%20Daiane%20Lisboa.pdf>
- Valsiner, J. (2012). Aproximações à cultura: bases semióticas da psicologia cultural. *Fundamentos da Psicologia Cultural: mundos da mente, mundos da vida*. Tradução de Ana Cecília de Sousa Bastos. (21-65). Porto Alegre: Artmed.
- Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução conceitual. Em T. T. Silva (Org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Petrópolis - RJ: Vozes.
- Zanello, V. (2018). *Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação*. Curitiba: Appris.